

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan sepuluh penelitian dalam menyusun penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dipilih mempunyai relevansi untuk memberikan referensi dalam penelitian ini.

Penelitian pertama terkait dengan pengaruh komunikasi keberlanjutan terhadap kesadaran isu lingkungan dan perilaku sadar lingkungan mahasiswa, khususnya di lingkungan kampus hijau yang didukung oleh media sosial. Penelitian Fuchs ini berfokus pada upaya komunikasi keberlanjutan yang dilakukan oleh universitas, seperti melalui akun Instagram resmi kampus, untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku berkelanjutan mahasiswa. Fuchs menggunakan teori komunikasi keberlanjutan dan *green marketing* sebagai kerangka teoritis utama. Komunikasi keberlanjutan mengacu pada penyampaian informasi terkait isu lingkungan dengan tujuan meningkatkan kesadaran serta memotivasi perilaku berkelanjutan di kalangan audiens, dalam konteks ini adalah mahasiswa. Teori *Green Marketing* adalah strategi pada pemasaran yang berorientasi pada pengurangan dampak lingkungan. Green marketing melibatkan perubahan pada produk, proses produksi, promosi dan kampanye, hal ini guna menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Teori ini mendasari bagaimana pesan keberlanjutan dapat disampaikan melalui media sosial, serta strategi lain untuk mempengaruhi perilaku mahasiswa. Penelitian ini juga didukung dengan menggunakan kerangka *Balanced Scorecard* (BSC) sebagai sistem manajemen strategis yang membantu memetakan empat dimensi utama yaitu anggota komunitas, anggota universitas, produk dan strategi untuk mendukung tujuan pemasaran dan pembangunan berkelanjutan di institusi pendidikan tinggi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa universitas dapat meningkatkan komunikasi keberlanjutan mereka melalui berbagai kegiatan seperti periklanan, acara terkait keberlanjutan, media sosial,

dan situs web khusus untuk keberlanjutan. Metodologi penelitian yang digunakan ini adalah studi kasus kualitatif, yang melibatkan empat universitas yang dipilih berdasarkan praktik terbaik untuk pembangunan berkelanjutan (Fuchs et al., 2020).

Kemudian, penelitian selanjutnya dari Bieler dan Mc Kenzie (Bieler & McKenzie, 2017) menganalisis rencana strategis 50 institusi pendidikan tinggi di Kanada, untuk menentukan sejauh mana keberlanjutan dimasukkan sebagai prioritas kebijakan yang signifikansinya di berbagai domain, seperti tata kelola, pendidikan, operasi kampus, penelitian, dan keterlibatan masyarakat. Penelitian ini melihat bahwa mayoritas institusi hanya memiliki respons akomodatif terhadap keberlanjutan, yang membatasi perubahan institusional secara holistik untuk mendukung keberlanjutan. Penelitian ini memakai menggunakan teori relasional dan sistem untuk membuat hipotesis tentang tahap-tahap pengembangan menuju universitas yang berkelanjutan. Universitas berkelanjutan menggarisbawahi perlunya pendekatan kritis dan reflektif terhadap keberlanjutan di seluruh ranah universitas dan sesuai dengan definisi keberlanjutan yang mencakup fokus pada lingkungan alam. Penelitian ini telah memperkenalkan kerangka kerja tipe karakteristik respon institusi, responnya yaitu "nil", respon "accommodative", respon "reformative", respon "Progressive", dan respon "transformative responses". Respons dari Nil menjelaskan di mana keberlanjutan tidak dilibatkan sama sekali tidak dilibatkan oleh institusi, baik dalam kebijakan maupun praktik; *Accommodative*, di mana keberlanjutan tetap terpinggirkan pada program studi atau departemen tertentu di universitas, yang membuat struktur dan proses kelembagaan yang lebih besar tidak terpengaruh oleh tujuan keberlanjutan; *Reformative* di mana beberapa kebijakan dan praktik selaras dengan nilai-nilai keberlanjutan dan ada perubahan kelembagaan yang substantif tetapi tidak lengkap; *Progressive* di mana tanggapan yang lebih substantif daripada tanggapan reformatif tetapi masih gagal menunjukkan karakteristik perubahan paradigma dari kategori transformatif. *Transformative responses* merupakan tanggapan keberlanjutan yang telah digambarkan sebagai yang melibatkan perubahan pengetahuan yang mendalam

pada pengajaran dan penelitian, serta perubahan sistemik di seluruh domain kelembagaan. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar lembaga pendidikan tinggi di Kanada memiliki respons yang akomodatif terhadap keberlanjutan dalam rencana strategis mereka. Dari 50 rencana strategis yang dianalisis, 41 menyebutkan keberlanjutan dengan berbagai tingkatan keterlibatan. Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah analisis konten dari rencana strategis lembaga pendidikan tinggi Kanada, dengan menganalisis rencana strategis 50 institusi pendidikan tinggi untuk menentukan sejauh mana keberlanjutan dimasukkan sebagai prioritas kebijakan (Bieler & McKenzie, 2017).

Selanjutnya penelitian dari Ramisio, penelitian ini mengeksplorasi penerapan visi keberlanjutan di Universitas Minho dari tahun 2009 hingga 2017 untuk mengidentifikasi penerapan strategi keberlanjutan, termasuk pendekatan top-down dan bottom-up yang digunakan untuk mengubah budaya organisasi secara efektif. Penelitian ini mengacu pada teori dan pendekatan yang relevan seperti konsep Sustainable Development, penerapan Sustainable Development dilakukan di Universitas Minho untuk mencapai keberlanjutan dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan campuran antara top-down (dari rektorat ke bawah) dan bottom-up (dari komunitas akademik). Pendekatan ini digunakan untuk menerapkan strategi keberlanjutan di Universitas Minho, dengan keterlibatan seluruh komunitas akademik dalam perubahan budaya organisasi. Penelitian ini juga menggunakan System Transformation Framework yang mengevaluasi perubahan yang dibutuhkan untuk mengintegrasikan praktik keberlanjutan dalam institusi. Penerapan strategi keberlanjutan di Universitas Minho antara tahun 2009 hingga 2017 memberikan pelajaran penting dalam penerapan keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa penggunaan pendekatan gabungan antara top-down dan bottom-up menjadi kunci keberhasilan dalam mengubah budaya organisasi untuk keberlanjutan. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan pentingnya dukungan komunitas akademik dan kebijakan

yang strategis dalam mencapai keberlanjutan di pendidikan tinggi, dengan pelajaran-pelajaran yang dapat diterapkan pada institusi lain yang berupaya untuk menerapkan strategi keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengevaluasi implementasi strategi keberlanjutan di Universitas Minho selama periode sembilan tahun (2009–2017) (Ramísio et al., 2019).

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Carpenter dan rekan-rekannya, penelitian ini mengeksplorasi sejauh mana para pemimpin di universitas-universitas terkenal di Amerika Serikat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran, mendorong aksi, dan membangun komunitas terkait isu keberlanjutan. Selanjutnya, studi ini juga mengidentifikasi bahwa para pemimpin universitas sering kali tidak memiliki literasi media sosial untuk memanfaatkan platform media sosial secara strategis, sehingga hal ini membatasi dampak dari kampanye mengenai keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan kerangka konseptual Lovejoy dan Saxton (2012), konsep ini digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana pemimpin keberlanjutan di universitas menggunakan media sosial. Lovejoy dan Saxton mengidentifikasi tiga fungsi utama media sosial, yaitu Informasi, Aksi, dan Komunitas. Penelitian ini juga menekankan pentingnya literasi media sosial, khususnya bagi para pemimpin di universitas. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun media sosial dapat menjadi alat yang ampuh dalam mempromosikan keberlanjutan, namun efektivitasnya masih dibatasi oleh pemahaman dan keterampilan para pemimpin dalam menggunakannya, yang tidak memanfaatkan media sosial untuk mendorong aksi peduli keberlanjutan dan mendekati komunitas yang ada di universitas-universitas. Wawancara ini melibatkan 37 pemimpin keberlanjutan dari 21 universitas terkemuka di Amerika Serikat, termasuk 29 pemimpin profesional dan 8 pemimpin kelompok mahasiswa (Carpenter et al., 2016).

Dalam penelitian Budiharjo dan rekan-rekannya membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi dan strategi yang tepat untuk memperkuat pelaksanaan keberlanjutan di lingkungan kampus. Studi kasus kepada Universitas Diponegoro (UNDIP), yang berupaya

meningkatkan peringkat keberlanjutan kampusnya serta berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Penelitian ini mengadopsi konsep keberlanjutan yang terdiri dari empat pilar utama, yaitu lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya. Setiap pilar ini berfokus pada pengembangan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial di kampus. Penelitian ini kemudian menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi implementasi keberlanjutan di UNDIP, serta untuk memilih strategi yang sesuai guna meningkatkan keberlanjutan di kampus. Hasil penelitian dalam jurnal ini menunjukkan bahwa Universitas Diponegoro (UNDIP) telah berhasil mengimplementasikan model keberlanjutan yang melibatkan lima dimensi utama yaitu pengajaran dan pembelajaran, penelitian, operasi kampus, administrasi, dan outreach. Dengan menggunakan analisis bibliometrik, ditemukan bahwa sebagian besar faktor keberlanjutan di perguruan tinggi berpusat pada dimensi pengajaran dan pembelajaran, terutama terkait perilaku pro-lingkungan dan infrastruktur hijau. Faktor internal paling berpengaruh adalah komitmen institusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), sementara kolaborasi penelitian antar perguruan tinggi menjadi faktor eksternal yang paling berpengaruh. Analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang paling utama untuk diimplementasikan UNDIP adalah memperkuat kolaborasi eksternal dalam penelitian, pengembangan masyarakat, dan program pendidikan. Strategi ini juga diikuti dengan penerapan Plan-Do-Check-Act (PDCA) untuk berkelanjutan dalam ekosistem pendidikan dan promosi sistem akademik serta non-akademik kepada pemangku kepentingan eksternal. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian campuran antara kuantitatif dan kualitatif dengan teknik analisis bibliometrik (Budihardjo et al., 2021).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan di Universitas Baru di Inggris yang memiliki kredensial kuat dalam hal keberlanjutan. Penelitian ini membahas mengenai tantangan dalam menyampaikan pesan keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi.

Penelitian ini ingin memahami bagaimana pesan tentang keberlanjutan dapat dikomunikasikan secara efektif kepada staf, serta kendala yang dihadapi dalam proses komunikasi ini. Penelitian ini memakai model komunikasi organisasi dari Huczynski dan Buchanan (2007), untuk menganalisis dan mengevaluasi efektivitas komunikasi mengenai keberlanjutan dalam konteks institusi pendidikan tinggi. Selain itu, digunakan juga teori perubahan sikap dan perilaku dari McGuire (1999), disebutkan bahwa adanya korelasi rendah antara perubahan pengetahuan dengan perubahan sikap, hal ini relevan dengan konteks komunikasi keberlanjutan karena bahwa menerima informasi baru tidak selalu mengarah pada perubahan perilaku. Melainkan kebiasaan, norma sosial, dan faktor lingkungan dapat mempengaruhi sejauh mana pesan keberlanjutan dapat mempengaruhi perilaku. Hasil dari penelitian ini didapati kurangnya kesepakatan atau pemahaman bersama mengenai keberlanjutan, perbedaan nilai dan juga sikap individu. Selanjutnya, ditemukan adanya resistensi terhadap perubahan antara staf yang diperparah oleh kurangnya dukungan kelembagaan dari manajemen puncak. Pesan keberlanjutan seringkali dipersepsikan tidak relevan dengan tugas sehari-hari staf, sehingga mereka kurang terlibat dengan isu keberlanjutan tersebut. Walaupun terdapat hambatan, tetapi ada juga beberapa perubahan perilaku yang terkait dengan keberlanjutan berhasil dicapai, seperti lebih banyak staf mematikan komputer pada malam hari, meningkatnya penggunaan tempat daur ulang, dan beberapa staf merasa diberdayakan untuk mengubah praktik kerja mereka. Tetap dibutuhkan keselarasan dan dukungan dari pimpinan, serta kebutuhan akan komunikasi yang jelas, konsisten, dan disesuaikan dengan konteks penerima pesan di perguruan tinggi ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus instrumental (*instrumental case study*) dengan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara semi-terstruktur dan diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*) (Djordjevic & Cotton, 2011).

Penelitian berikutnya dari Hamid bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan kesadaran keberlanjutan di kalangan

mahasiswa dan staf pendidikan tinggi, serta penelitian ini menyarankan cara yang efektif untuk memanfaatkan media sosial dalam tujuan menyebarkan kesadaran keberlanjutan. Penelitian ini memakai Transtheoretical Model untuk memahami proses tahapan perubahan perilaku pada mahasiswa dan staf terkait kesadaran lingkungan dan praktik keberlanjutan, serta memahami bagaimana media sosial mempengaruhi perpindahan mahasiswa dan staf dari satu tahap ke tahap berikutnya. Lima tahapannya yaitu *Precontemplation*, *contemplation*, *preparation*, *action* dan *Maintenance*. Berikutnya teori keterlibatan sosial digunakan untuk memahami bagaimana platform media sosial dapat digunakan untuk melibatkan mahasiswa dan staf perguruan tinggi dalam meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan dan mengubah perilaku mereka. Penelitian ini menemukan bahwa media sosial efektif untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan mahasiswa dan juga staf. Media sosial memungkinkan pesan-pesan keberlanjutan mencapai audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih menarik perhatian, seperti menggunakan gambar, video dan konten interaktif, serta meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review*, karena pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana media sosial digunakan untuk menciptakan kesadaran keberlanjutan lingkungan di pendidikan tinggi (Hamid et al., 2017).

Penelitian yang kedelapan ini membahas mengenai tantangan dalam memastikan pendidikan dan media sosial seperti Facebook dan Whatsapp dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran terhadap isu lingkungan dan perilaku masyarakat untuk melindungi lingkungan. Konsep yang dipakai dalam penelitian ini adalah pembangunan keberlanjutan untuk menjelaskan konsep pembangunan berkelanjutan yang berfokus pada keseimbangan antara kebutuhan lingkungan, ekonomi, dan masyarakat, pendidikan berkelanjutan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena berperan elemen penting dalam mengubah perspektif dan sikap masyarakat terhadap keberlanjutan dan perlindungan lingkungan, Peran media sosial sebagai alat

untuk memfasilitasi penyebaran informasi, pembelajaran, serta diskusi tentang keberlanjutan, terutama dalam konteks pendidikan informal. Konsep tentang kesadaran dan sikap terhadap lingkungan, menunjukkan bahwa orang yang memiliki pemahaman tentang keberlanjutan cenderung lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan dibandingkan mereka yang tidak memiliki pemahaman yang cukup. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 420 responden di Rumania melalui media sosial, seperti Facebook dan WhatsApp. Dari hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pengetahuan tentang keberlanjutan dan meningkatkan kesadaran lingkungan, serta membantu membentuk sikap positif terhadap perlindungan lingkungan (Simionescu et al., 2020).

Penelitian kesembilan membahas mengenai rendahnya tingkat integrasi aspek komunikasi dan media dalam kurikulum ilmu keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi di Eropa. Penelitian ini memakai konsep mengenai pentingnya aspek komunikasi dan media dalam kurikulum ilmu keberlanjutan. Dalam penelitian ini ditekankan juga mengenai komunikasi adalah hal dinamis sosial yang penting untuk melakukan perubahan perilaku dan keterlibatan masyarakat dengan konteks keberlanjutan. Penelitian ini juga merujuk pada Humboldt's *ideal model of education* yang menekankan relevansi kurikulum dalam pendidikan tinggi untuk mencapai tujuan keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten, dengan menganalisis $n=1.117$ program studi dan kurikulum terkait dari institusi pendidikan tinggi di Eropa. Hasil penelitian ini menunjukkan dari total 1.117 program studi yang dianalisis, hanya 202 program (18,1%) yang mengintegrasikan aspek komunikasi dan media. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi tersebut lebih baik di tingkat sarjana (31,8%) dibandingkan dengan tingkat magister (13,8%). Hasil dari penelitian ini menekankan institusi pendidikan tinggi untuk meningkatkan kurikulum mereka agar lebih siap dalam mempersiapkan mahasiswa untuk transformasi masyarakat

menuju pembangunan berkelanjutan. Selain itu, mereka menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam melibatkan audiens dan mendorong partisipasi aktif dalam upaya keberlanjutan (Voci & Karmasin, 2021).

Penelitian terakhir dari penelitian terdahulu ini membahas mengenai, adanya kekurangan dalam literatur mengenai komunikasi organisasi tentang inisiatif keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi, serta kegagalan hampir universal dalam menerapkan komunikasi strategis yang responsif terhadap audiens yang berhasil menginformasikan atau meyakinkan pemangku kepentingan institusi terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang memakai kombinasi dari tiga Metode yaitu wawancara satu persatu, observasi unobtrusive, dan FGD. Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis wacana dan konten juga dilakukan selama enam tahun untuk mengembangkan kerangka perencanaan strategis. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi strategis yang merencanakan dan melaksanakan komunikasi yang efektif untuk menyampaikan inisiatif keberlanjutan kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk mahasiswa, fakultas, dan staf. Kemudian menggunakan model analisis audiens yang mendalam agar memahami lebih baik karakteristik dan kebutuhan audiens yang berbeda, sehingga komunikasi dapat disesuaikan dengan konteks dan preferensi mereka. Kemudian memakai perencanaan strategis dari P.E.S.T.L.E. dan S.W.O.T. untuk menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi inisiatif keberlanjutan mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa banyak universitas tidak memiliki dan mempertahankan rencana komunikasi strategis yang komprehensif untuk mengkomunikasikan informasi penting mengenai inisiatif keberlanjutan mereka. Akibatnya, mahasiswa, anggota fakultas, staf, dan administrator, serta komunitas eksternal mungkin tidak menyadari pencapaian yang ingin dicapai universitas dalam mempengaruhi perubahan di bidang keberlanjutan. Semakin meyakinkan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan adanya kebutuhan yang signifikan untuk meningkatkan strategi komunikasi guna

meningkatkan kesadaran dan keterlibatan terkait praktik keberlanjutan di kampus (Mazo & Macpherson, 2017).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

<p>1</p>	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Promoting sustainable development in higher education institutions: the use of the balanced scorecard as a strategic management system in support of green marketing</i> (Fuchs et al., 2020).</p> <p>-----</p> <p>Link:</p> <p>https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSHE-02-2020-0079/full/html</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini berfokus pada upaya komunikasi keberlanjutan yang dilakukan oleh universitas, melalui akun Instagram resmi kampus, untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku berkelanjutan mahasiswa.</p> <p>Teori/Konsep:</p> <p>Penelitian ini menggunakan teori komunikasi keberlanjutan dan green marketing sebagai kerangka teoritis utama. Didukung juga oleh didukung dengan menggunakan kerangka Balanced Scorecard (BSC) sebagai sistem manajemen strategis yang membantu memetakan empat dimensi utama yaitu anggota komunitas, anggota universitas, produk dan strategi untuk mendukung tujuan pemasaran dan pembangunan berkelanjutan di institusi pendidikan tinggi.</p> <p>Metode Penelitian:</p> <p>Metodologi penelitian yang digunakan ini adalah studi kasus kualitatif, yang melibatkan empat universitas yang dipilih berdasarkan praktik terbaik untuk pembangunan berkelanjutan</p> <p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa universitas dapat meningkatkan komunikasi keberlanjutan mereka melalui berbagai kegiatan seperti periklanan, acara terkait keberlanjutan, media sosial, dan situs web khusus untuk keberlanjutan. <i>Balanced Scorecard</i> dapat diadaptasi untuk manajemen strategi pemasaran hijau di institusi pendidikan tinggi. Penerapan <i>Balanced Scorecard</i> ini membantu mempercepat promosi pembangunan berkelanjutan di kampus melalui praktik pemasaran hijau yang lebih efektif.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Keterbatasan penelitian dalam jurnal ini mencakup lima kategori yang dikembangkan dari literatur dan diverifikasi di perguruan tinggi yang dianalisis. Penulis menyarankan agar setiap kategori dan indikator dalam penelitian ini dianalisis lebih lanjut di studi yang berbeda dan diterapkan sebagai studi kasus di berbagai perguruan tinggi.</p>
<p>2</p>	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Strategic Planning for</i></p>	<p>Permasalahan:</p> <p>menganalisis rencana strategis 50 institusi pendidikan tinggi di Kanada, untuk</p>

	<p><i>Sustainability in Canadian Higher Education</i> (Bieler & McKenzie, 2017)</p> <p>-----</p> <p>Link:</p> <p>https://www.mdpi.com/2071-1050/9/2/161</p>	<p>menentukan sejauh mana keberlanjutan dimasukkan sebagai prioritas kebijakan yang signifikansinya di berbagai domain, seperti tata kelola, pendidikan, operasi kampus, penelitian, dan keterlibatan masyarakat.</p> <p>Teori/Konsep:</p> <p>Teori Perubahan Institusional menggunakan tipologi dari sterling dengan menggambarkan respons umum terhadap keberlanjutan di pendidikan tinggi, termasuk respons "nil", "accommodative", "reformative", "Progressive", dan "transformative responses".</p> <p>Metode Penelitian:</p> <p>Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah analisis konten dari rencana strategis lembaga pendidikan tinggi Kanada, dengan menganalisis rencana strategis 50 institusi pendidikan tinggi untuk menentukan sejauh mana keberlanjutan dimasukkan sebagai prioritas kebijakan</p> <p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar lembaga pendidikan tinggi di Kanada memiliki respons yang akomodatif terhadap keberlanjutan dalam rencana strategis mereka. Dari 50 rencana strategis yang dianalisis, 41 menyebutkan keberlanjutan dengan berbagai tingkatan keterlibatan.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Keterbatasan utama penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara perencanaan strategis dan implementasi kebijakan keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi di Kanada. Meskipun beberapa institusi telah mengadopsi kebijakan keberlanjutan, banyak yang hanya menunjukkan respons "akomodatif" dengan komitmen yang terbatas. Penelitian ini juga terbatas pada konteks geografis dan institusional Kanada, yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kompleksitas kebijakan keberlanjutan di tingkat global. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup eksplorasi implementasi kebijakan keberlanjutan yang lebih mendalam, studi komparatif antar negara, serta fokus pada pengembangan kurikulum dan keterlibatan komunitas dalam mendukung keberlanjutan.</p>
3	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Sustainability Strategy in Higher Education Institutions: Lessons learned from a nine-year case study</i> (Ramísio et al., 2019)</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Mengeksplorasi penerapan visi keberlanjutan di Universitas Minho dari tahun 2009 hingga 2017 untuk mengidentifikasi penerapan strategi keberlanjutan, termasuk pendekatan top-down dan bottom-up yang digunakan untuk mengubah budaya organisasi secara efektif.</p> <p>Teori/Konsep:</p>

	<p>-----</p> <p>Link:</p> <p>https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619306626</p>	<p>Penelitian ini mengacu pada teori dan pendekatan yang relevan seperti konsep Sustainable Development, penerapan Sustainable Development dilakukan di Universitas Minho untuk mencapai keberlanjutan dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan campuran antara top-down (dari rektorat ke bawah) dan bottom-up (dari komunitas akademik). Pendekatan ini digunakan untuk menerapkan strategi keberlanjutan di Universitas Minho, dengan keterlibatan seluruh komunitas akademik dalam perubahan budaya organisasi. Penelitian ini juga menggunakan System Transformation Framework yang mengevaluasi perubahan yang dibutuhkan untuk mengintegrasikan praktik keberlanjutan dalam institusi.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengevaluasi implementasi strategi keberlanjutan di Universitas Minho selama periode sembilan tahun (2009–2017)</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa penggunaan pendekatan gabungan antara top-down dan bottom-up menjadi kunci keberhasilan dalam mengubah budaya organisasi untuk keberlanjutan. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan pentingnya dukungan komunitas akademik dan kebijakan yang strategis dalam mencapai keberlanjutan di pendidikan tinggi, dengan pelajaran-pelajaran yang dapat diterapkan pada institusi lain yang berupaya untuk menerapkan strategi keberlanjutan.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Keterbatasan utama penelitian ini adalah fokusnya pada satu studi kasus, yaitu Universitas Minho, yang membatasi generalisasi hasilnya. Selain itu, durasi penelitian sembilan tahun dianggap belum cukup untuk melihat dampak jangka panjang dari strategi keberlanjutan. Data yang digunakan juga terbatas pada laporan internal, sehingga mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan dimensi keberlanjutan yang lebih luas. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk melibatkan lebih banyak universitas agar dapat membandingkan pendekatan keberlanjutan di berbagai konteks.</p>
<p>4</p>	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>The Roles of Social Media in Promoting Sustainability in Higher Education</i> (Carpenter et al., 2016)</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini mengeksplorasi sejauh mana para pemimpin di universitas-universitas terkenal di Amerika Serikat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran, mendorong aksi, dan membangun komunitas terkait isu keberlanjutan. Selanjutnya, studi ini juga mengidentifikasi bahwa para pemimpin universitas sering kali tidak memiliki literasi media sosial untuk memanfaatkan platform media sosial secara strategis, sehingga hal ini membatasi dampak dari kampanye mengenai keberlanjutan.</p>

	<p>-----</p> <p>Link: https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/4694/1801</p>	<p>Teori/Konsep:</p> <p>Penelitian ini menggunakan kerangka konseptual Lovejoy dan Saxton (2012), konsep ini digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana pemimpin keberlanjutan di universitas menggunakan media sosial. Lovejoy dan Saxton mengidentifikasi tiga fungsi utama media sosial, yaitu Informasi, Aksi, dan Komunitas.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah analisis kualitatif melalui wawancara semi-terstruktur dengan para komunikator keberlanjutan kampus. Wawancara ini melibatkan 37 pemimpin keberlanjutan dari 21 universitas terkemuka di Amerika Serikat, termasuk 29 pemimpin profesional dan 8 pemimpin kelompok mahasiswa</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun media sosial dapat menjadi alat yang ampuh dalam mempromosikan keberlanjutan, namun efektivitasnya masih dibatasi oleh pemahaman dan keterampilan para pemimpin dalam menggunakannya, yang tidak memanfaatkan media sosial untuk mendorong aksi peduli keberlanjutan dan mendekati komunitas yang ada di universitas-universitas.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait cakupan peserta yang relatif kecil dan kurangnya perwakilan geografis, yang membuat hasilnya kurang dapat digeneralisasi ke seluruh universitas di AS. Selain itu, keterampilan literasi media sosial para komunikator berperan sebagai hambatan dalam komunikasi keberlanjutan yang efektif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mencakup sampel yang lebih representatif dan menilai dampak penggunaan media sosial secara kuantitatif, serta memperkuat pelatihan literasi media sosial bagi para komunikator</p>
5	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Towards Sustainability in Higher-Education Institutions: Analysis of Contributing Factors and Appropriate Strategies</i> (Budihardjo et al., 2021)</p> <p>-----</p> <p>Link:</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi dan strategi yang tepat untuk memperkuat pelaksanaan keberlanjutan di lingkungan kampus. Studi kasus kepada Universitas Diponegoro (UNDIP), yang berupaya meningkatkan peringkat keberlanjutan kampusnya serta berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).</p> <p>Teori/Konsep:</p> <p>Penelitian ini mengadopsi konsep keberlanjutan yang terdiri dari empat pilar utama, yaitu lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya. Setiap pilar ini berfokus pada pengembangan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan</p>

	<p>https://www.mdpi.com/2071-1050/13/12/6562</p>	<p>kesejahteraan sosial di kampus. Penelitian ini kemudian menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi implementasi keberlanjutan di UNDIP, serta untuk memilih strategi yang sesuai guna meningkatkan keberlanjutan di kampus.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian campuran antara kuantitatif dan kualitatif dengan teknik analisis bibliometrik</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil penelitian dalam jurnal ini menunjukkan bahwa UNDIP telah berhasil mengimplementasikan model keberlanjutan yang melibatkan lima dimensi utama yaitu pengajaran dan pembelajaran, penelitian, operasi kampus, administrasi, dan outreach. Dengan menggunakan analisis bibliometrik, ditemukan bahwa sebagian besar faktor keberlanjutan di perguruan tinggi berpusat pada dimensi pengajaran dan pembelajaran, terutama terkait perilaku pro-lingkungan dan infrastruktur hijau. Analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang paling utama untuk diimplementasikan UNDIP adalah memperkuat kolaborasi eksternal dalam penelitian, pengembangan masyarakat, dan program pendidikan.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk fokusnya yang hanya terbatas pada Universitas Diponegoro (UNDIP) sebagai studi kasus, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke institusi pendidikan tinggi lainnya. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan universitas lain guna memahami faktor-faktor keberlanjutan yang lebih beragam serta mengidentifikasi strategi yang dapat diadopsi oleh institusi lainnya</p>
<p>6</p>	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Communicating the sustainability message in higher education institutions</i> (Djordjevic & Cotton, 2011)</p> <p>-----</p> <p>Link:</p> <p>https://www.emerald.com/insight/content/doi</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini membahas mengenai tantangan dalam menyampaikan pesan keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi. Penelitian ini ingin memahami bagaimana pesan tentang keberlanjutan dapat dikomunikasikan secara efektif kepada staf, serta kendala yang dihadapi dalam proses komunikasi ini.</p> <p>Teori/Konsep:</p> <p>Penelitian ini memakai model komunikasi organisasi dari Huczynski dan Buchanan (2007), untuk menganalisis dan mengevaluasi efektivitas komunikasi mengenai keberlanjutan dalam konteks institusi pendidikan tinggi. Selain itu, digunakan juga teori perubahan sikap dan perilaku dari McGuire (1999), disebutkan bahwa adanya korelasi rendah antara perubahan</p>

	<p>/10.1108/1467637111168296/full/html</p>	<p>pengetahuan dengan perubahan sikap, hal ini relevan dengan konteks komunikasi keberlanjutan karena bahwa menerima informasi baru tidak selalu mengarah pada perubahan perilaku. Melainkan kebiasaan, norma sosial, dan faktor lingkungan dapat mempengaruhi sejauh mana pesan keberlanjutan dapat mempengaruhi perilaku.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus instrumental (instrumental case study) dengan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara semi-terstruktur dan diskusi kelompok terarah (focus group discussion)</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil dari penelitian ini didapati kurangnya kesepakatan atau pemahaman bersama mengenai keberlanjutan, perbedaan nilai dan juga sikap individu. Selanjutnya, ditemukan adanya resistensi terhadap perubahan antara staf yang diperparah oleh kurangnya dukungan kelembagaan dari manajemen puncak. Pesan keberlanjutan seringkali dipersepsikan tidak relevan dengan tugas sehari-hari staf, sehingga mereka kurang terlibat dengan isu keberlanjutan tersebut. Walaupun terdapat hambatan, tetapi ada juga beberapa perubahan perilaku yang terkait dengan keberlanjutan berhasil dicapai, seperti lebih banyak staf mematikan komputer pada malam hari, meningkatnya penggunaan tempat daur ulang, dan beberapa staf merasa diberdayakan untuk mengubah praktik kerja mereka. Tetap dibutuhkan keselarasan dan dukungan dari pimpinan, serta kebutuhan akan komunikasi yang jelas, konsisten, dan disesuaikan dengan konteks penerima pesan di perguruan tinggi ini.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas karena skala proyek yang kecil. Penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menguji keberhasilan komunikasi yang berkelanjutan di institusi pendidikan tinggi lainnya. Agar pesan keberlanjutan menjadi lebih mudah dipahami dan diterima, dia menyarankan untuk membuat strategi komunikasi yang lebih jelas dan kontekstual serta memperkuat diskusi dua arah.</p>
7	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Social media for environmental sustainability awareness in higher education</i> (Hamid et al., 2017)</p> <p>-----</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan kesadaran keberlanjutan di kalangan mahasiswa dan staf pendidikan tinggi, serta penelitian ini menyarankan cara yang efektif untuk memanfaatkan media sosial dalam tujuan menyebarkan kesadaran keberlanjutan.</p> <p>Teori/Konsep:</p>

	<p>Link:</p> <p>https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSHE-01-2015-0010/full/html</p>	<p>Penelitian ini memakai Transtheoretical Model untuk memahami proses tahapan perubahan perilaku pada mahasiswa dan staf terkait kesadaran lingkungan dan praktik keberlanjutan, serta memahami bagaimana media sosial mempengaruhi perpindahan mahasiswa dan staf dari satu tahap ke tahap berikutnya. Lima tahapannya yaitu Precontemplation, contemplation, preparation, action dan Maintenance. Berikutnya teori keterlibatan sosial digunakan untuk memahami bagaimana platform media sosial dapat digunakan untuk melibatkan mahasiswa dan staf perguruan tinggi dalam meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan dan mengubah perilaku mereka.</p> <p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan systematic literature review, karena pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana media sosial digunakan untuk menciptakan kesadaran keberlanjutan lingkungan di pendidikan tinggi</p> <p>Hasil Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menemukan bahwa media sosial efektif untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan mahasiswa dan juga staf. Media sosial memungkinkan pesan-pesan keberlanjutan mencapai audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih menarik perhatian, seperti menggunakan gambar, video dan konten interaktif, serta meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya keberlanjutan.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Salah satu kendala lain yang dihadapi penelitian ini adalah kurangnya bukti empiris yang cukup tentang manfaat media sosial dalam meningkatkan kesadaran keberlanjutan di perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini tidak mencakup kemajuan terbaru dalam topik tersebut karena hanya membahas literatur yang ditulis hingga tahun 2013. Keterbatasan tambahan adalah bahwa proses pemilihan artikel hanya menggunakan filter kata kunci, yang dapat menghilangkan artikel yang relevan yang menggunakan istilah berbeda dalam diskusi mereka. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengatasi keterbatasan ini dengan memperluas cakupan pencarian dan menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, atau campuran untuk mengembangkan kerangka kerja yang relevan untuk menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran keberlanjutan di pendidikan tinggi.</p>
8	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Social media, sustainability, and environmental protection in sustainable education</i> (Simionescu et al.,</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini membahas mengenai tantangan dalam memastikan pendidikan dan media sosial seperti Facebook dan Whatsapp dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran terhadap isu lingkungan dan perilaku masyarakat untuk melindungi lingkungan.</p> <p>Teori/Konsep:</p>

	<p>2020)</p> <p>-----</p> <p>Link:</p> <p>https://www.e3s-conferences.org/article/e3sconf/abs/2020/68/e3sconf_ift2020_09002/e3sconf_ift2020_09002.html</p>	<p>Konsep yang dipakai dalam penelitian ini adalah pembangunan keberlanjutan untuk menjelaskan konsep pembangunan berkelanjutan yang berfokus pada keseimbangan antara kebutuhan lingkungan, ekonomi, dan masyarakat, pendidikan berkelanjutan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena berperan elemen penting dalam mengubah perspektif dan sikap masyarakat terhadap keberlanjutan dan perlindungan lingkungan, Peran media sosial sebagai alat untuk memfasilitasi penyebaran informasi, pembelajaran, serta diskusi tentang keberlanjutan, terutama dalam konteks pendidikan informal. Konsep tentang kesadaran dan sikap terhadap lingkungan, menunjukkan bahwa orang yang memiliki pemahaman tentang keberlanjutan cenderung lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan dibandingkan mereka yang tidak memiliki pemahaman yang cukup.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 420 responden di Rumania melalui media sosial, seperti Facebook dan WhatsApp.</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Dari hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pengetahuan tentang keberlanjutan dan meningkatkan kesadaran lingkungan, serta membantu membentuk sikap positif terhadap perlindungan lingkungan.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sampel respondennya terbatas pada pengguna media sosial di Rumania, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Selain itu, survei yang dilakukan secara sukarela mungkin menimbulkan bias respons karena hanya individu yang tertarik pada keberlanjutan yang lebih cenderung berpartisipasi. Penelitian selanjutnya, selain menggunakan pendekatan campuran (kuantitatif dan kualitatif) untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh tentang bagaimana berbagai kelompok sosial melihat keberlanjutan, rekomendasi penelitian adalah untuk memperluas cakupan sampel agar lebih representatif secara demografis dan geografis.</p>
<p>9</p>	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>Sustainability and Communication in Higher Education</i> (Voci & Karmasin, 2021)</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini membahas mengenai rendahnya tingkat integrasi aspek komunikasi dan media dalam kurikulum ilmu keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi di Eropa.</p> <p>Teori/Konsep:</p> <p>Penelitian ini memakai konsep mengenai pentingnya aspek komunikasi dan</p>

	<p>-----</p> <p>Link:</p> <p>https://archive.headcofnf.org/head21/wp-content/uploads/pdfs/12831.pdf</p> <p>-----</p>	<p>media dalam kurikulum ilmu keberlanjutan. Dalam penelitian ini ditekankan juga mengenai komunikasi adalah hal dinamis sosial yang penting untuk melakukan perubahan perilaku dan keterlibatan masyarakat dengan konteks keberlanjutan. Penelitian ini juga merujuk pada Humboldt's ideal model of education yang menekankan relevansi kurikulum dalam pendidikan tinggi untuk mencapai tujuan keberlanjutan.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten, dengan menganalisis n=1.117 program studi dan kurikulum terkait dari institusi pendidikan tinggi di Eropa.</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan dari total 1.117 program studi yang dianalisis, hanya 202 program (18,1%) yang mengintegrasikan aspek komunikasi dan media. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi tersebut lebih baik di tingkat sarjana (31,8%) dibandingkan dengan tingkat magister (13,8%). Hasil dari penelitian ini menekankan institusi pendidikan tinggi untuk meningkatkan kurikulum mereka agar lebih siap dalam mempersiapkan mahasiswa untuk transformasi masyarakat menuju pembangunan berkelanjutan. Selain itu, mereka menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam melibatkan audiens dan mendorong partisipasi aktif dalam upaya keberlanjutan</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Penelitian ini terbatas pada kurikulum berbahasa Inggris di institusi pendidikan tinggi Eropa dan menemukan bahwa aspek komunikasi hanya diintegrasikan pada 18% di tingkat program dan 10,6% di tingkat modul. Ini juga menunjukkan bahwa kurikulum berbahasa Inggris mungkin tidak mewakili program lokal. Rekomendasi utamanya adalah untuk meningkatkan komunikasi dalam kurikulum sains keberlanjutan untuk mendukung transformasi sosial menuju pembangunan berkelanjutan, terutama pada tingkat pascasarjana, agar lulusan dapat lebih berperan aktif dalam perubahan tersebut.</p>
<p>10</p>	<p>Judul Penelitian</p> <p><i>A Strategic Communication Model for Sustainable Initiatives in Higher Education Institutions</i> (Mazo & Macpherson, 2017)</p> <p>-----</p>	<p>Permasalahan:</p> <p>Penelitian ini membahas mengenai, adanya kekurangan dalam literatur mengenai komunikasi organisasi tentang inisiatif keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi, serta kegagalan hampir universal dalam menerapkan komunikasi strategis yang responsif terhadap audiens yang berhasil menginformasikan atau meyakinkan pemangku kepentingan institusi terkait.</p> <p>Teori/Konsep:</p> <p>Penelitian ini menggunakan teori komunikasi strategis yang merencanakan dan melaksanakan komunikasi yang efektif untuk menyampaikan inisiatif</p>

	<p>Link:</p> <p>https://www.athensjournal.gr/media/2017-3-4-3-Mazo.pdf</p>	<p>keberlanjutan kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk mahasiswa, fakultas, dan staf. Kemudian menggunakan model analisis audiens yang mendalam agar memahami lebih baik karakteristik dan kebutuhan audiens yang berbeda, sehingga komunikasi dapat disesuaikan dengan konteks dan preferensi mereka. Kemudian memakai perencanaan strategis dari P.E.S.T.L.E. dan S.W.O.T. untuk menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi inisiatif keberlanjutan mereka.</p>
		<p>Metode Penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang memakai kombinasi dari tiga Metode yaitu wawancara satu persatu, observasi unobtrusive, dan FGD. Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis wacana dan konten juga dilakukan selama enam tahun untuk mengembangkan kerangka perencanaan strategis.</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa banyak universitas tidak memiliki dan mempertahankan rencana komunikasi strategis yang komprehensif untuk mengkomunikasikan informasi penting mengenai inisiatif keberlanjutan mereka. Akibatnya, mahasiswa, anggota fakultas, staf, dan administrator, serta komunitas eksternal mungkin tidak menyadari pencapaian yang ingin dicapai universitas dalam mempengaruhi perubahan di bidang keberlanjutan. Semakin meyakinkan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan adanya kebutuhan yang signifikan untuk meningkatkan strategi komunikasi guna meningkatkan kesadaran dan keterlibatan terkait praktik keberlanjutan di kampus.</p> <p>Keterbatasan/ Rekomendasi:</p> <p>Penelitian ini menemukan bahwa, untuk menyampaikan inisiatif keberlanjutan kepada para pemangku kepentingan, sebagian besar institusi pendidikan tinggi tidak memiliki rencana komunikasi strategis. Akibatnya, banyak universitas tidak mengkomunikasikan rencana keberlanjutan mereka dengan baik, membuat audiens internal dan eksternal tidak menyadari rencana tersebut sepenuhnya. Penelitian di masa mendatang juga disarankan untuk berkonsentrasi pada evaluasi metode komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan pemangku kepentingan.</p>

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Penelitian terdahulu yang digunakan dalam bab ini memosisikan penelitian ini dalam konteks akademik yang lebih luas, dengan menunjukkan relevansi media sosial sebagai alat komunikasi keberlanjutan yang efektif di lingkungan pendidikan tinggi. Penelitian terdahulu seperti (Carpenter et al., 2016) dan (Hamid et al., 2017) menyoroti potensi media sosial dalam membangun kesadaran dan memotivasi Perilaku

berkelanjutan mahasiswa, mendukung penelitian ini bahwa Instagram UMN mempunyai potensi penting dalam meningkatkan kepedulian dan perilaku sadar lingkungan. Selain itu, penelitian dari (Fuchs et al., 2020) dan (Mazo & Macpherson, 2017) menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang dirancang secara spesifik untuk audiens kampus, memperkuat dasar teori bagi penelitian ini dalam merancang strategi konten yang relevan. Penelitian dari (Budihardjo et al., 2021) dan (Simionescu et al., 2020) yang membahas implementasi keberlanjutan di berbagai universitas memperluas relevansi penelitian ini dalam menempatkan perspektif yang dapat berpotensi menjadi model bagi institusi pendidikan tinggi lainnya yang ingin memanfaatkan media sosial untuk kampanye keberlanjutan.

Kemudian, penelitian dari (Bieler & McKenzie, 2017) menganalisis strategi keberlanjutan di 50 institusi Kanada dan bagaimana keberlanjutan dimasukkan sebagai prioritas kebijakan. Penelitian Bieler menjadi relevan karena menunjukkan pentingnya strategi yang direncanakan untuk mengintegrasikan keberlanjutan di universitas, seperti UMN. (Voci & Karmasin, 2021) menyoroti masih rendahnya integrasi media dalam kurikulum ilmu keberlanjutan di perguruan tinggi di Eropa, penelitian ini menggarisbawahi bahwa ada kebutuhan penyebaran informasi dan komunikasi yang lebih baik dalam mendukung pendidikan keberlanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberi kontribusi praktis bagi UMN tetapi juga menyediakan wawasan akademik bagi institusi perguruan tinggi yang lebih luas, khususnya tentang bagaimana pengaruh media sosial, seperti Instagram, dapat mempengaruhi kesadaran, minat serta perilaku keberlanjutan di kalangan mahasiswa.

2.2 Teori atau Konsep

2.2.1 Teori S-O-R

Penelitian ini menggunakan teori dasar yaitu teori model S-O-R. Kerangka kerja ini memberikan penjelasan tentang bagaimana lingkungan (Stimulus) dapat mempengaruhi perilaku manusia. Lebih lanjut dinyatakan bahwa berbagai rangsangan

lingkungan mempengaruhi pengalaman internal individu (organism), Rangsangan ini menyebabkan reaksi (Reaction) (Armawan et al., 2022). Teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR) menyatakan bahwa rangsangan lingkungan (S) memicu reaksi emosional (O) yang pada gilirannya memaksa konsumen untuk merespons (R) dengan cara yang positif atau negatif (Sheth & Kim, 2017).

Menurut teori SOR, Stimulus (S) dapat berasal dari lingkungan fisik, seperti ketersediaan informasi tentang produk atau merek, acara atau kegiatan, jajak pendapat, forum, kesempatan untuk berinteraksi dengan merek di situs media sosial, dan sebagainya. Organism (O) dapat berupa proses internal yang mengintervensi antara rangsangan di luar diri seseorang dan tindakan atau respons akhir, seperti pembentukan sikap terhadap merek. Respon (R) dapat berupa niat untuk membeli barang dari merek terkenal di media sosial sebagai hasil dari perilaku pendekatan/penghindaran (Sheth & Kim, 2017).

Tiga elemen dalam teori SOR dapat dikaitkan dan dijelaskan dalam penelitian ini, stimulus (S) berarti konten Instagram tentang keberlanjutan, dilanjut dengan organism (O) yang berarti audiens yang dimiliki oleh UMN yaitu Mahasiswa yang mendapatkan informasi tentang keberlanjutan, dan untuk respon (R) yang diharapkan terjadi berupa kesadaran hijau, minat hijau dan perilaku hijau Mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara.

2.2.2 Konten Instagram tentang Keberlanjutan

Instagram mulai menjadi media yang terkenal di perusahaan-perusahaan, tidak hanya karena banyaknya pengguna pada Instagram, namun juga karakteristik yang dimiliki oleh Instagram yaitu tren konten dalam pemasaran media sosial. Instagram yang memiliki kepopuleran tersebut, dipakai oleh perusahaan dan pelaku UKM yang ingin memperluas portfolio produk dan brand mereka secara online (Khair & Ma'ruf, 2020).

Setiap merek memiliki cara tersendiri untuk menyampaikan strategi pesannya melalui diskusi arahan ide kreatif. Jika diterapkan dengan benar kepada audiens target dan pada waktu yang tepat, maka strategi pesannya itu akan berhasil (Lieman, 2021). *Creative Brief* merupakan rangkuman strategi dasar untuk pesan konten atau lainnya untuk diterapkan pada merek tertentu. Menghubungkan antara konten dengan audiens atau pelanggan adalah kunci kreativitas (Duncan, 2008).

Penyebaran konten dengan cara menerbitkan konten di Internet yang memberdayakan, melibatkan, mengedukasi, dan menghubungkan pembaca (McPheat, 2011). Konten positif memiliki potensi untuk mendorong perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik. Pada dasarnya, manusia belajar melalui proses perubahan perilaku yang memerlukan asupan informasi agar dapat berpikir dan menentukan sikap. Etika digital merujuk pada kemampuan individu untuk menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalisasi, mempertimbangkan, serta mengembangkan tata kelola etis dalam kehidupan sehari-hari di ranah digital (Kalbu, 2021).

Duncan menyatakan *marketing communication* merupakan cara yang penting untuk digunakan dalam melakukan penjualan. Untuk melakukannya, perusahaan harus mengetahui target audiensnya secara inovatif dan persuasif dengan membuat *creative brief* sebagai pedoman (Duncan, 2008). Salah satu daya tarik dari ide kreatif adalah menyajikan pesan dalam bentuk konten, yang disajikan di media Instagram sebagai salah satu strategi. Duncan menyebutkan terdapat tiga (tiga) jenis respons terhadap strategi pesan yang disampaikan: *Think* (kognitif), *Feel* (emosi), dan *Do* (aksi dan perilaku). Ketiga respons tersebut menunjukkan jenis pesan atau proses yang digunakan untuk merancang pesan perusahaan, yaitu: (Duncan dalam (Lieman, 2021)).

Tabel 2.2 Tujuan dan Strategi Pesan dari Respon

Type of Response	Message Objectives	Message Strategies
------------------	--------------------	--------------------

Think (Kognitif)	<i>Awareness, brand knowledge, understanding, conviction</i>	<i>Information, generic, preemptive, credibility</i>
Feel (Emosi)	<i>Brand image and brand personality, liking, desire, self-identity</i>	<i>Emotion, association, lifestyle</i>
Do (Aksi dan Perilaku)	<i>Buy, try, repeat, visit, contact, tell, others</i>	<i>Incentive, reminder; Interactive</i>

Sumber: Duncan dalam (Lieman, 2021)

Pertama, dalam respon kognitif, harapannya adalah merek dapat menanamkan kesadaran hijau dengan memberikan informasi tentang manfaat yang ditawarkan institusi kepada konsumen terutama tentang keberlanjutan di institusi pendidikan tinggi. Ini akan menumbuhkan kesadaran, pengetahuan merek, pemahaman, dan keyakinan. Strategi pesan yang digunakan termasuk: 1) *Generic*, dimensi ini menunjukkan bahwa institusi memberikan pengetahuan dasar atau keunggulan produk yang umum dan tidak spesifik; 2) *Preemptive*, dimensi ini berfokus pada elemen atau keunggulan produk yang tidak dapat diambil alih oleh kompetitor institusi; 3) *Informational*, dimensi ketiga membahas fakta elemen produk institusi tersebut; dan 4) *Credibility*, dimensi keempat membahas faktor-faktor yang dapat meningkatkan kredibilitas atau tingkat kepercayaan merek tersebut.

Pada tahap emosional, suatu institusi diharapkan memiliki keinginan untuk memantapkan audiens sehingga memengaruhi minat hijau serta rasa suka terhadap merek atau institusi dengan tujuan pesannya, yaitu Citra merek dan kepribadian merek, kesukaan, keinginan, identitas diri. Pada tahap afektif, teknik komunikasi termasuk: 1) *Emotion*, memiliki kemampuan untuk menghubungkan institusi dengan penggunanya melalui ranah emosional, harapannya dapat menggerakkan perasaan/emosional para pengguna akun tersebut; 2) *Association*, memiliki kemampuan untuk membangun hubungan emosional antara institusi dengan kepribadian (pskologis) target audiens media sosial Instagram melalui elemen atau karakteristiknya; 3) *Lifestyle*, biasanya bergantung pada penggunaan dan gaya hidup yang dimiliki oleh pengguna akun

tersebut. Dengan tujuan pesan yang disampaikan pada tataran emosional ini adalah Citra merek dan kepribadian merek, kesukaan, keinginan, identitas diri.

Terakhir, strategi pesan Aksi dan perilaku hijau mengharapkan tujuan pesan dari tataran tindakan atau perilaku hijau, seperti membeli, mencoba, mengulang, mengunjungi, menghubungi, memberi tahu orang lain. Strategi ini mencakup: 1) *Incentive*: rasa kedekatan antara target dan merek yang direspon cepat dan menghasilkan penghargaan; 2) *Reminder*, membahas bahwa institusi akan selalu mempertahankan tujuan tertentu agar selalu dibenak target sasaran; dan 3) *Interactive*, aspek yang mengharapkan interaksi dua arah serta menerima tanggapan dari semua bentuk interaksi.

Berdasarkan penelitian Duncan, dari berbagai macam respon yang diberikan oleh Duncan terdapat beberapa jenis strategi pesan yang dapat mengukur pengaruh konten Instagram tentang keberlanjutan yaitu: *Information, Credibility, emotional, association, Incentive, Reminder, Interactive*. Oleh karena itu, untuk memahami bagaimana konten keberlanjutan dapat memengaruhi kesadaran hijau, minat hijau, dan perilaku hijau mahasiswa UMN terhadap masalah lingkungan, Tom Duncan membagi strategi pesan dan respons ke dalam tiga tahap utama: *Think, Feel, dan Do* Integrasi ketiga elemen ini dalam konten media sosial membantu menciptakan pesan yang komprehensif dan terpercaya.

Pada tahap *Think*, strategi pesan yang dikemas melalui konten Instagram tentang keberlanjutan berfokus pada aspek informasional dan kredibilitas. Menurut Duncan, dimensi informasional bertujuan memberikan fakta terkait produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu institusi. Sementara itu, dimensi kredibilitas, sebagaimana dijelaskan oleh Duncan, bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas terhadap merek atau institusi tersebut. Jika kedua strategi pesan ini digunakan dan dikemas dalam konten, keduanya berfungsi untuk menyebarkan informasi yang relevan tentang isu lingkungan, sekaligus mendidik

dan membangun kepercayaan. Mahasiswa UMN menjadi lebih sadar akan dampak perilaku mereka terhadap lingkungan ketika mereka secara konsisten menerima informasi terkait keberlanjutan. Konten seperti penjelasan mengenai manfaat energi terbarukan atau dampak negatif sampah plastik membantu meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya perilaku berkelanjutan dan mendorong mereka untuk berpikir kritis tentang kebiasaan sehari-hari.

Pada tahap *Feel*, strategi pesan yang disampaikan melalui konten Instagram tentang keberlanjutan difokuskan pada dimensi emosional (*emotion*) dan asosiasi (*association*). Menurut Duncan, dimensi emosional bertujuan untuk menciptakan keterhubungan antara institusi dan penggunanya melalui ikatan emosional, sehingga mampu memengaruhi perasaan pengguna. Sementara itu, dimensi asosiasi berfungsi untuk membangun hubungan emosional dengan audiens sasaran melalui karakteristik yang sesuai dengan kepribadian mereka. Jika kedua strategi pesan ini diterapkan dalam konten, keduanya berperan dalam membentuk ikatan emosional dan menanamkan nilai-nilai yang selaras dengan kepribadian mahasiswa UMN. Konten yang disusun secara emosional, seperti cerita inspiratif dari tokoh kampus atau kampanye tentang upaya mahasiswa lain dalam menjaga lingkungan, dapat membuat mahasiswa merasa lebih terhubung dengan isu tersebut.

Pada tahap *Do*, strategi pesan yang disampaikan melalui konten Instagram tentang keberlanjutan difokuskan pada dimensi *Incentive*, *Reminder*, dan *Interactive*. Menurut Duncan, *Incentive* menciptakan rasa kedekatan antara audiens dan merek atau institusi, yang diperkuat melalui pemberian penghargaan atas respon cepat audiens. Dimensi *Reminder* bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan institusi dilakukan secara berulang agar selalu melekat di benak audiens dengan menjaga fokus pada tujuan tertentu. Sementara itu, dimensi *Interactive* mendorong interaksi dua arah dengan audiens dan memungkinkan institusi menerima tanggapan dari komunikasi tersebut. Jika ketiga dimensi ini diterapkan dalam konten media sosial UMN, strategi ini dapat mendorong aksi nyata melalui ajakan mengikuti tantangan

keberlanjutan, penyediaan tips praktis secara interaktif, atau pemberian penghargaan kepada mahasiswa yang berkontribusi dalam kegiatan keberlanjutan. Konten yang berorientasi pada aksi nyata tidak hanya memotivasi mahasiswa untuk berperan aktif dalam upaya keberlanjutan kampus, tetapi juga membangun kebiasaan pro-lingkungan yang dapat diterapkan dalam jangka panjang.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana masing-masing komponen dari strategi pesan Duncan dapat memengaruhi kesadaran hijau, minat hijau, dan perilaku hijau mahasiswa dalam mendukung keberlanjutan di kampus. Dengan demikian, strategi pesan Duncan relevan untuk menilai seberapa pengaruh konten media sosial tentang isu lingkungan terhadap kesadaran, minat dan perilaku hijau mahasiswa UMN

2.2.3 Theory of Planned Behavior

Penelitian tentang keberlanjutan di kampus hijau mengidentifikasi kesadaran hijau, minat hijau, dan perilaku hijau sebagai respons mahasiswa yang menjadi fokus penelitian, khususnya setelah menerima informasi mengenai keberlanjutan melalui akun Instagram UMN. Dalam konteks penelitian ini, kesadaran hijau merujuk pada pemahaman individu mengenai isu-isu lingkungan, termasuk pentingnya pelestarian lingkungan serta pengaruh aktivitas manusia terhadap ekosistem. Hal ini didukung oleh temuan dari Hilma dan Khaira (Fachrudin & Fachrudin, 2021), yang mengatakan bahwa penelitiannya menunjukkan kesadaran dan keyakinan mahasiswa terhadap praktik konservasi energi berperan signifikan dalam mendorong perilaku pro-lingkungan di kampus. Kesadaran ini mencakup pemahaman tentang dampak negatif dari konsumsi energi yang berlebihan dan tanggung jawab individu dalam menjaga lingkungan. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran mahasiswa melalui pendidikan dan kampanye informasi di kampus sangat penting untuk menciptakan budaya konservasi energi yang berkelanjutan (Fachrudin & Fachrudin, 2021).

Minat hijau dalam konteks penelitian ini merujuk pada ketertarikan mahasiswa terhadap isu-isu lingkungan serta keinginan untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang

mendukung keberlanjutan. Minat ini mencerminkan tingkat perhatian mahasiswa terhadap informasi atau kegiatan yang berkaitan dengan upaya pelestarian lingkungan. Minat hijau ini di dukung oleh penelitian Daniel, yang menunjukkan pada penelitiannya bahwa minat yang tinggi terhadap keberlanjutan dapat mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan yang mendukung lingkungan, seperti pengurangan penggunaan plastik dan pemilihan produk yang ramah lingkungan (Wardhana, 2021). Kemudian di dukung lagi oleh penelitian Moon, penelitian ini menegaskan pentingnya pendidikan lingkungan dalam membentuk sikap dan perilaku pro-lingkungan di kalangan generasi muda. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa berasal dari latar belakang ekonomi rendah, mereka memiliki kesadaran dan minat yang signifikan terhadap produk hijau (Moon et al., 2021).

Dalam konteks penelitian ini, perilaku hijau merupakan aksi nyata dari mahasiswa terhadap keberlanjutan. Perilaku ini meliputi berbagai aktivitas yang mendukung pelestarian lingkungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti mengurangi penggunaan plastik, melakukan daur ulang, memanfaatkan transportasi ramah lingkungan, serta mendukung implementasi kebijakan keberlanjutan. Perilaku hijau memiliki kaitannya dengan kesadaran dan juga minat dari mahasiswa yang terpapar informasi mengenai keberlanjutan. Hal ini di dukung oleh penelitian dari Daniel yang dilakukan di dua universitas di Yogyakarta, menyatakan temuan pada penelitiannya yang menunjukkan kesadaran lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan dan perilaku ramah lingkungan di kalangan mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat kesadaran lingkungan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan dan perilaku yang lebih baik (Wardhana, 2021). Hal ini dipertegas kembali dalam penelitian Hilma dan Khaira setelah mereka melakukan penelitian universitas yang ada di Medan, mereka menekankan pentingnya meningkatkan kesadaran dan keyakinan

mahasiswa terhadap praktik konservasi energi untuk mendorong perilaku pro-lingkungan di kampus (Fachrudin & Fachrudin, 2021).

Oleh karena itu, *Theory of Planned Behavior* merupakan salah satu kerangka teori yang sering digunakan untuk menjelaskan perilaku individu, termasuk perilaku yang ramah lingkungan. Teori ini menegaskan bahwa Perilaku individu terbentuk dari minat (*intention*) serta kontrol Perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Teori ini sering digunakan dalam penelitian Perilaku yang mendukung lingkungan, seperti penggunaan transportasi alternatif, daur ulang limbah, penghematan air, dan konsumsi karbon rendah. Menurut teori ini, minat untuk berPerilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu *attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*: (Yuriev et al., 2020)

1. *Attitude* (Sikap): Mengacu pada evaluasi individu terhadap perilaku tertentu, apakah mereka melihatnya sebagai hal yang positif atau negatif. Sikap ini dipengaruhi oleh keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu persepsi individu tentang keuntungan atau kerugian dari melakukan perilaku tersebut.

2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif): Merupakan tekanan sosial yang dirasakan individu mengenai apakah mereka seharusnya melakukan perilaku tersebut. Ini dipengaruhi oleh keyakinan normatif (*normative beliefs*), yaitu seberapa besar individu percaya bahwa orang lain yang penting bagi mereka ingin mereka melakukan perilaku tersebut.

3. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku yang Dirasakan): Mengacu pada penilaian individu mengenai seberapa mudah atau sulitnya melaksanakan perilaku dalam konteks tertentu. *Perceived Behavioral Control* dipengaruhi oleh keyakinan kontrol (*control beliefs*), yang mencakup faktor-faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku tersebut, seperti waktu, biaya, dan infrastruktur yang tersedia.

Dalam penelitian ini, *Theory of Planned Behavior* berperan penting untuk memahami bagaimana konten tentang keberlanjutan memengaruhi kesadaran, minat

dan perilaku pada mahasiswa UMN. Konten di Instagram UMN sangat membantu meningkatkan kesadaran hijau, minat hijau, dan Perilaku Hijau siswa terhadap masalah lingkungan. Ini terutama berlaku ketika konten tersebut berkaitan dengan *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) mahasiswa dalam menanggapi pesan keberlanjutan.

Pada faktor *attitude* (Sikap) konten yang mengedukasi tentang pentingnya menjaga lingkungan dapat mempengaruhi sikap terhadap keberlanjutan mahasiswa. Misalnya, postingan tentang dampak positif tindakan ramah lingkungan di kampus bisa meningkatkan sikap mahasiswa UMN terhadap pentingnya menjaga lingkungan.

Pada faktor *Subjective Norm* (norma subjektif) dipengaruhi oleh persepsi mahasiswa terhadap pandangan orang lain yang penting bagi mereka (seperti teman, dosen, atau influencer kampus) mengenai perilaku ramah lingkungan. Ketika Instagram UMN memposting konten yang didukung atau dibagikan oleh tokoh atau kelompok yang dihormati oleh mahasiswa, hal ini dapat menumbuhkan persepsi bahwa menjaga lingkungan adalah sesuatu yang didukung oleh lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, dorongan konten yang menunjukkan bahwa tindakan peduli lingkungan adalah sesuatu yang dianggap benar oleh mahasiswa serta dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk melakukan perilaku pro-lingkungan.

Faktor ketiga yaitu *Perceived Behavioral Control* (persepsi kontrol perilaku), konten yang menunjukkan upaya kampus untuk mendukung perilaku berkelanjutan atau menawarkan panduan praktis untuk mahasiswa, yang dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku mahasiswa. Ketika mahasiswa melihat bahwa perilaku ramah lingkungan bukan hanya mungkin, tetapi juga didukung dan difasilitasi oleh kampus serta di edukasi dengan pemahaman mengenai program-program tentang keberlanjutan, mahasiswa merasa lebih siap untuk mengambil tindakan nyata Pro-lingkungan.

Theory of Planned Behavior memberikan landasan teoritis untuk memahami bahwa kesadaran mahasiswa terhadap isu lingkungan dapat ditingkatkan melalui sikap positif yang terbentuk ketika mereka menerima informasi relevan dari media sosial. Konten Instagram UMN berpotensi untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan akhirnya mendorong Perilaku Hijau berkelanjutan mahasiswa. Dengan memperkuat aspek-aspek sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*, UMN dapat memfasilitasi keputusan mahasiswa untuk berpartisipasi dalam inisiatif pro-lingkungan, yang pada akhirnya berkontribusi pada perilaku kolektif yang lebih ramah lingkungan di lingkungan kampus.

2.2.4 Social Cognitive Theory

Teori kognitif sosial menyediakan kerangka kerja konseptual agenis untuk menganalisis faktor-faktor penentu dan mekanisme psikososial yang melaluinya komunikasi simbolik memengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan manusia (Bandura, 2001).

Dalam penelitian yang ditulis oleh Albert Bandura mengenai *Social Cognitive Theory of Mass Communication*, media massa secara signifikan memiliki dampak pada tiga faktor yang dapat mempengaruhi manusia yaitu dalam segi *personal Factors*, *behavioral patterns*, *environmental event*: (Bandura, 2001)

1. *Personal Factors* (Faktor Personal)

Faktor personal adalah internal pada individu seperti keyakinan, nilai, motivasi dan efikasi diri. Media massa memiliki dampak yang sangat penting kepada faktor personal, terutama melalui pemodelan simbolik dan pembeajaran observasional.

- *Vicarious reinforcement*: Media massa sering kali menampilkan model perilaku yang dapat diamati oleh manusia. Manusia menginternalisasi norma, prinsip, dan cara berpikir baru dengan melihat perilaku atau karakter di media. Sebagai contoh, melihat orang yang sukses di media karena usaha keras, dapat meningkatkan *self efficacy* seseorang dan percaya pada

kemampuan mereka untuk mengendalikan apa yang terjadi dalam hidup mereka.

- *Self Efficacy*: Media juga dapat memengaruhi persepsi orang tentang dunia di sekitar mereka dan tentang diri mereka sendiri. Tayangan positif atau menakutkan dapat meningkatkan optimisme dan keyakinan diri, sedangkan tayangan negatif dapat menurunkan persepsi seseorang tentang kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan.
2. *Behavioral Patterns* (Pola Perilaku): Pola perilaku mencakup apa yang dilakukan seseorang dalam situasi dan lingkungannya secara nyata. Media massa memiliki dampak langsung dan juga tidak langsung terhadap perilaku individu:
- *Observational Learning*: Individu mengobservasi bagaimana orang lain berperilaku di media. Misalnya, jika di media massa menampilkan tindakan pro-sosial atau kesehatan, seperti kampanye gaya hidup sehat, orang cenderung meniru perilaku tersebut.
 - Penguatan atau Penghambatan Perilaku : Media dapat memperkuat atau melemahkan tindakan tertentu dengan menunjukkan konsekuensi dari perilaku tersebut. Perilaku yang memiliki hasil positif cenderung ditiru (Penguatan), sementara perilaku yang memiliki hasil negatif dapat dihindari atau (Penghambatan).
 - Efek Dishinbisi: bagaimana media massa dapat mengurangi hambatan atau kendala dalam perilaku seseorang, terutama terkait perilaku yang tidak diterima secara sosial atau moral. Dalam konteks media massa, efek dishinbisi terjadi ketika tayangan atau konten media memberikan persepsi bahwa perilaku yang biasanya dianggap negatif atau berisiko, dapat diterima atau bahkan dihargai dalam situasi tertentu.
3. *Environmental Events*: Media massa menggunakan dua jalur utama untuk mempengaruhi lingkungan sosial dan fisik di sekitar seseorang.

- *Direct Pathway* : Media massa secara langsung memengaruhi lingkungan seseorang dengan memberikan informasi dan mendorong perubahan sosial. Misalnya, kampanye mengenai lingkungan di media dapat mendorong orang untuk bertindak lebih ramah lingkungan di komunitas mereka.

- *In the Socially Mediated Pathway*: Media massa juga berfungsi sebagai penghubung ke jaringan sosial yang lebih luas, yang memungkinkan orang untuk terlibat dalam kelompok atau komunitas yang mendukung perubahan perilaku. Misalnya, media sering menghubungkan orang dengan komunitas atau jaringan yang mendukung perilaku yang diinginkan, yang pada gilirannya menciptakan lingkungan sosial yang mendukung adopsi perilaku hijau tertentu.

Di sisi lain, *Social Cognitive Theory* menawarkan perspektif mendalam mengenai bagaimana pengaruh sosial dan observasi memengaruhi perilaku keberlanjutan mahasiswa. *Social Cognitive Theory* menyoroti peran *observational learning* (pembelajaran melalui observasi), *Vicarious reinforcement* (Minat yang tumbuh dari sikap orang lain) dan *self-efficacy* (efikasi diri).

Pada peran *observational learning* mahasiswa UMN dapat belajar dari contoh atau perilaku hijau yang ditampilkan di konten Instagram UMN. Mahasiswa menjadi lebih sadar tentang tindakan ramah lingkungan yang dapat mereka lakukan, ketika mereka melihat teman-teman atau aktivis kampus yang terlibat dalam kegiatan keberlanjutan seperti penggunaan botol minum sendiri, mengambil bagian dalam kegiatan daur ulang, atau mengambil bagian dalam proyek penghijauan di luar kampus. Selain itu, karena mereka melihat hal-hal seperti itu dilakukan oleh orang-orang yang mereka hormati atau kagumi, mereka mungkin lebih tertarik untuk mencoba hal-hal serupa. Dalam jangka panjang, pembelajaran *observational* ini mendorong mahasiswa untuk menerapkan rutinitas yang ramah lingkungan di kehidupan mereka.

Vicarious reinforcement menjelaskan bagaimana minat individu yang tumbuh dan terbentuk dari pengaruh sikap orang lain. Minat yang tumbuh ini memungkinkan mahasiswa merasa terinspirasi melalui model perilaku positif dari rekan atau tokoh

kampus yang ditampilkan di konten Instagram UMN. Konten yang ditampilkan oleh UMN mengenai keterlibatan mahasiswa atau dosen pada keberlanjutan, berpotensi mengembangkan minat mahasiswa ketika mereka merasa terinspirasi pada perilaku positif tersebut.

Pada peran *self-efficacy* menjelaskan bagaimana seseorang percaya pada kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tertentu dengan sukses. Mahasiswa dapat meningkatkan *self-efficacy* saat melihat konten Instagram UMN yang menawarkan instruksi langkah demi langkah untuk menjalankan gaya hidup ramah lingkungan, hal ini dapat mencakup memberikan konten informasi tentang cara mengurangi sampah, atau meningkatkan kesadaran tentang cara mendaur ulang barang. Efikasi diri juga ditingkatkan melalui konten yang menunjukkan keberhasilan organisasi atau mahasiswa dalam menjalankan inisiatif keberlanjutan di lingkungan kampus. Ketika sesama siswa melakukan tindakan ramah lingkungan dengan hasil yang baik, mahasiswa merasa lebih yakin bahwa mereka juga dapat melakukan hal yang sama. Meningkatnya kepercayaan diri mahasiswa UMN dapat mendorong mereka untuk berperilaku ramah lingkungan dalam jangka panjang.

2.2.5 Justifikasi Teori

Dalam penelitian ini, strategi pesan dari Duncan yang meliputi tahap *Think*, *Feel*, dan *Do* dapat dijahit dengan *Theory of Planned Behavior* dan *Social Cognitive Theory* untuk memahami pengaruh konten Instagram terhadap kesadaran, minat, dan perilaku hijau berkelanjutan mahasiswa UMN.

Pada tahap Kesadaran (*think*), strategi pesan informasi dan kredibilitas memengaruhi *attitude* dalam *Theory of Planned Behavior*, di mana konten yang memberikan informasi kredibel mampu membentuk sikap positif mahasiswa terhadap keberlanjutan. Dari perspektif *Social Cognitive Theory*, tahap ini juga mendukung *observational learning* karena mahasiswa dapat mempelajari perilaku hijau berkelanjutan dengan mengamati konten informatif dan kredibel. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dibuat oleh Varni bahwa konten yang dilakukan melalui Instagram

berhasil meningkatkan pengetahuan berkelanjutan di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang terpapar materi konten memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang perilaku berkelanjutan, yang menunjukkan adanya pengaruh pada kesadaran mereka (Varni et al., 2024).

Selanjutnya, tahap Minat (*Feel*) dengan strategi *emotion* dan *association* berkaitan dengan *subjective norms* dalam *Theory of Planned Behavior*, di mana asosiasi antara perilaku hijau berkelanjutan yang selaras dengan nilai-nilai UMN dapat mempengaruhi persepsi dan emosional mahasiswa bahwa perilaku hijau ini didukung oleh institusi pendidikan mereka sendiri. Strategi ini juga mendukung *vicarious reinforcement* dalam *Social Cognitive Theory*, memungkinkan mahasiswa merasa terinspirasi melalui model perilaku positif dari rekan atau tokoh kampus yang ditampilkan di konten Instagram UMN. Hal ini didukung juga dalam penelitian terdahulu yang diteliti oleh Varni juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang terpapar materi konten memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan perilaku berkelanjutan dibandingkan dengan mereka yang tidak terpapar konten kampanye (Varni et al., 2024).

Akhirnya, tahap perilaku hijau (*Do*) melalui strategi *incentive*, *reminder*, dan *interactive* mendukung *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior*, dengan memberikan mahasiswa akses dan pengingat untuk berpartisipasi dalam perilaku berkelanjutan. Ini juga memperkuat *self-efficacy* dalam *Social Cognitive Theory* dengan menyediakan pengalaman langsung dan dorongan untuk berpartisipasi, meningkatkan keyakinan mahasiswa bahwa mereka mampu melakukan tindakan ramah lingkungan. Melalui pendekatan ini, strategi pesan dalam konten media sosial diharapkan dapat secara efektif meningkatkan kesadaran, minat, dan perilaku hijau berkelanjutan mahasiswa UMN. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dibuat oleh Varni yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang terpapar materi kampanye memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan perilaku berkelanjutan (Varni et al., 2024).

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang terdapat pada penelitian pengaruh konten Instagram tentang keberlanjutan terhadap kesadaran, minat dan perilaku hijau mahasiswa di UMN memiliki tiga hipotesis yaitu:

H1: Konten Instagram tentang Keberlanjutan Berpengaruh Terhadap Kesadaran Hijau Mahasiswa

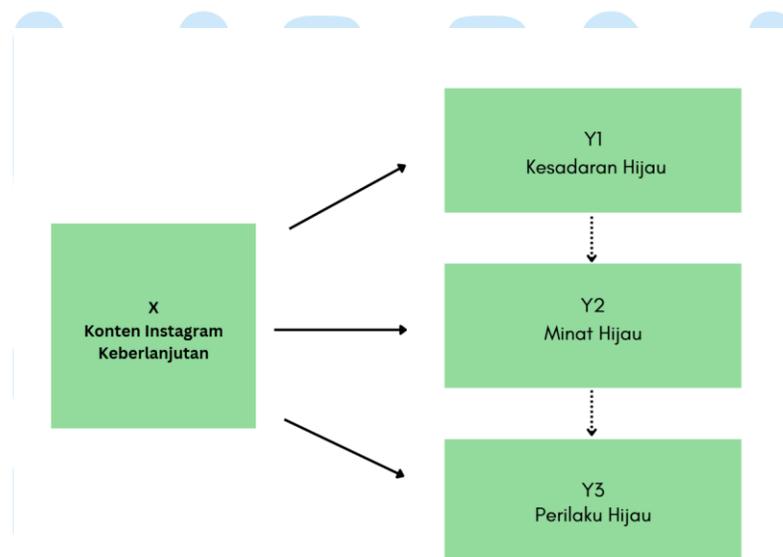
H2: Konten Instagram tentang Keberlanjutan Berpengaruh Terhadap Minat Hijau Mahasiswa

H3: Konten Instagram tentang Keberlanjutan Berpengaruh Terhadap Perilaku Hijau Mahasiswa

H4: Kesadaran Hijau Mahasiswa Berpengaruh Secara Positif Terhadap Minat Hijau Mahasiswa

H5: Minat Hijau Mahasiswa Berpengaruh Secara Positif Terhadap Perilaku Hijau Mahasiswa

Gambar 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti (2024)